



***La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales, Josep L. Gómez Mompарт, Juan F. Gutiérrez Lozano, Dolors Palau Sampio (eds.), Colección Aldea Global, 26, Castelló de la Plana, Publicacions de la UJI; València: PUV; Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, 2013, 208 pp.***

1

En febrero de 2012 el periodista Iñaki Gabilondo fue investido doctor *honoris causa* por la Universidad de Valencia. En su discurso realizó una comparación inquietante. En nuestras sociedades del riesgo existe una tendencia fuerte a conocer la trazabilidad de todo aquello que afecta

a nuestro consumo, en especial de los alimentos que llegan a nuestros mercados. La trazabilidad permite al consumidor conocer el origen del bien que se dispone a consumir y cada uno de los pasos que dicho bien ha debido dar hasta llegar a ser adquirido. Y, sin embargo, existe un producto con un valor evidente, incluso ensalzado, que no cumple con tal procedimiento. Ese bien, ese producto, es la información. Con demasiada frecuencia no conocemos su origen o procedencia, no conocemos cómo ha sido escogida y manipulada, no conocemos quién la ha tratado, cómo y por qué, frecuentemente no conocemos ni siquiera a quien pertenece el medio que actúa como su soporte.

La trazabilidad de la información no existe como procedimiento que confiere seguridad al consumidor. Y, sin embargo, éste reclama sus derechos y exige calidad. Calidad periodística. Y aquí surge una cuestión que la comunicología se comienza a plantear con contundencia. ¿En qué consiste la calidad periodística? ¿Cómo puede conseguirse? ¿Cuáles son sus enemigos y cómo actúan? ¿Son salvables los obstáculos que se le oponen? ¿Quiénes pueden o deben o debieran implicarse en su persecución, en su obtención? Contestar a estas preguntas es la tarea a la que se aplican el conjunto de autores que colaboran en el libro editado por los profesores Gómez Mompарт, Gutiérrez Lozano y Palau Sampio.

Este es un libro a la búsqueda de un concepto, puesto que el de calidad periodística no ha adquirido todavía consenso en la comunidad científica. Los conceptos, es bien sabido, son categorías de análisis que permiten describir, analizar y comprender aspectos de la realidad. El concepto es pues una herramienta básica en la labor del científico y su situación ideal es que sea compartida y que pueda ser operacional, esto es, que de ella se puedan derivar procedimientos que midan variables.

La calidad periodística, y este es el principal logro del libro, debe convertirse, a la mayor brevedad, en un concepto central en la comunicología. El impulso inicial es relevante: los tres editores de la obra forman parte de la sección *Producción y circulación* de contenidos de la Asociación Española de Investigación en Comunicación, un potente foro para la investigación y para la difusión de sus resultados con entidad internacional. Existía poca bibliografía al respecto. Y existía escasa conexión con un

método de medición de la calidad periodística desarrollado en universidades chilenas y argentinas con el nombre de Valor Agregado Periodístico (VAP). El libro salva el primer escollo y pone solución al segundo, y hasta va más allá, con una serie de reflexiones sobre los factores que incumben a la calidad periodística y deben ser incorporados al análisis de la misma.

## 2

El concepto de calidad se ha desarrollado mucho en el ámbito de la producción de bienes y servicios, pero resulta especialmente complejo para bienes intangibles como la información. En el capítulo que abre el libro, redactado por los profesores Gómez Mompart y Palau, se pasa revista a las aproximaciones que en la literatura científica internacional se han acercado al concepto. No son demasiadas. En todo caso, se descubre un interesante debate en gran medida basado en un sobreentendido. Varios trabajos apuntan que la baja calidad periodística de un producto puede ser muy rentable a corto plazo, pero nefasta a largo; mientras que la apuesta por la calidad es una garantía de penetración y de mantenimiento en el mercado en el medio y largo plazo.

La intuición es que la calidad es determinante para el negocio de la información y aún para la estabilidad y la profundización de la democracia. Pero es difícil consolidar una intuición que no formaliza su eje comprensivo central: ¿y qué es la calidad periodística? Sin embargo, no se trata de un callejón sin salida. Al contrario. Autores como J.M. de Pablos y C. Mateos o la Red de Periodismo de Calidad de México han planteado unas tablas que miden –y al medir, definen– la calidad periodística, tablas en las que se asume la complejidad del concepto y su relación con los principios que dependen directamente del trabajo del periodista, de las relaciones laborales que configuran el entorno de su función, de los códigos legales o normativos existentes para dar cobertura a la actividad periodística o del *modus operandi* de las empresas implicadas en la información periodística.

Finalmente, el capítulo no se decanta ni por una definición concreta ni por un baremo de medición entre los existentes. Tal vez un esfuerzo de síntesis entre los diferentes baremos, perfectamente posible, hubiese resultado deseable. Pero la intención de los autores era, y aquí aciertan,

acercar al lector aproximaciones plurales a un concepto en construcción.

Siguiendo con los baremos de calidad periodística, el capítulo que firman las profesoras García Gordillo, Bezunartea y Rodríguez Cruz se ocupa específicamente del VAP, un procedimiento estandarizado –y patentado– de medición del Valor Agregado Periodístico que comenzó a cobrar cuerpo a principios del siglo XXI en Chile y Argentina. Más de una década depurando la herramienta ha dado sus frutos. La VAP mide una gran cantidad de variables: las que incumben al proceso de selección de la noticia, las que indican la presencia de fuentes (relevancia, cantidad, etc.) en la noticia, las que miden el equilibrio en la formulación de la noticia con presencia de parte y contraparte, las que incumben al dominio del lenguaje y a la creatividad en la formulación de la noticia, las que ponderan la capacidad de contextualización del hecho noticioso o las que miden los puntos de vista que se involucran en la redacción.

El protocolo VAP ha sido aplicado a diversas investigaciones llevadas a cabo por autores como Gutiérrez Coba, Pellegrini o Téramo, con resultados plausibles. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, la VAP deja fuera de su campo de visión aspectos relevantes de la calidad, ya señalados, como el entorno empresarial y laboral del periodista. Los mismos autores del capítulo reconocen que los baremos de la VAP son susceptibles de incorporar nuevos ítems.

El capítulo firmado por De Miguel y Berganza realiza un análisis empírico de más de 7.000 unidades redaccionales de cinco cabeceras generalistas, divididas en diarios de pago y gratuitos. Aunque existen otros criterios de calidad contemplados, el principal tiene que ver con las fuentes noticiosas, con la cantidad y calidad de las mismas contempladas por el informante. La medición se realiza por separado, construyendo un modelo de diarios de pago y otro de diarios gratuitos, sin entrar en la cuestión de hasta qué punto el auge de la prensa gratuita (al menos hasta el desencadenamiento de la crisis económica a partir de 2008) incidió sobre los estándares de calidad de la prensa de pago.

La aportación de Casero y López incide en la trascendencia de las fuentes informativas como criterio de calidad

periodística y, tras la ponderación de las variables vinculadas a tales fuentes, nos ofrece un análisis empírico longitudinal de tres décadas, a partir de dos diarios de información general.

Tal vez en la ordenación del libro, el capítulo sobre la medición VAP debiera ir sucedido por el capítulo que firma Inés Rodríguez y que se centra en la calidad de la información sobre el medio ambiente, y ello porque en esta aportación se intenta medir la cantidad y la calidad de las noticias medioambientales en tres diarios españoles de amplia circulación y durante un trimestre de 2008. Sin embargo, la medición que realiza la autora no responde ni al sistema VAP ni a ninguno otro de los presentados en el estado de la cuestión al respecto, sino en una confección de variables propia y en un sistema de puntuación también propio y que diferencia entre textos informativos y textos de opinión. En realidad lo mismo sucedía con el capítulo ya reseñado de De Miguel y Berganza.

Como no podía ser de otro modo, algunas de las variables contempladas por Rodríguez figuran en los otros modelos contemplados, pero el suyo es un modelo original que tal vez hubiese merecido mayor detenimiento en la explicación de su vertiente operacional.

### 3

Los otros seis capítulos del libro no se centran en los criterios de medición de la calidad –aunque los contemplan–, sino en lo que podríamos denominar amenazas para la calidad periodística.

El firmado por Marín, Santcovsky y Crespo reflexiona sobre el binomio agencias de noticias y calidad en el marco de lo que los autores denominan un cambio de paradigma en el mundo de las comunicaciones sociales, con el advenimiento de la sociedad informacional y de la cultura digital. Este nuevo marco altera las formas de proceder –producir, procesar, distribuir– de las agencias de información y, más aún, invita a los usuarios «informativos» de la Red (desde los *bloggers* a los *wikipedistas*) a prescindir de las fuentes informativas clásicas y a invisibilizar el conjunto de las fuentes utilizadas y, claro, «esta invisibilidad de las agencias es un indicador negativo de calidad». Los autores apuestan por solicitar a las agencias un esfuerzo de adaptación al mundo digital, pero también por mantener a las

agencias, y aún potenciarlas, como marca de calidad periodística.

La aportación de Mónica Parreño parte de una serie amplia de entrevistas en profundidad realizadas a periodistas españoles para averiguar sus opiniones y sus argumentos sobre la calidad periodística o mejor, sobre la idea general del decrecimiento de la misma en los últimos tiempos. El conjunto de argumentos define una trama compleja que contempla la precariedad profesional, la crisis económica, la capacidad de los periodistas de adaptarse a las tecnologías de la información y la comunicación, la detección de una brecha generacional que dificulta la transmisión de conocimiento, la homogeneidad de los contenidos y la imprecisión derivada de la reducción de costes en las empresas de información, la ansiedad generada por el énfasis en la velocidad o la pérdida de valores deontológicos.

El texto de Parreño no es un contrapunto al de aquellos otros que se han fijado en las fuentes informativas como punto nodal de la calidad periodística, pero sí es un complemento necesario a los mismos, puesto que muestra que la calidad de la producción noticiosa pasa por atender a las condiciones de trabajo de los sujetos y las instancias implicadas. El periodismo, por decirlo a la manera clásica, también responde a unas determinadas relaciones de producción que, en contacto con la coyuntura económica y cultural, inciden sobre los valores del periodista y sobre su propensión (o no) a seguir los estándares del periodismo de excelencia.

El texto de Pérez Curiel, Méndez y Rojas aborda el campo de la calidad en el periodismo desarrollado a través de la Red, especialmente en el denominado periodismo ciudadano o periodismo participativo. El meollo de la reflexión conduce a constatar que los ciudadanos pueden convertirse en fuentes de información al conectarse a Internet, con suma facilidad, y, al mismo tiempo a advertir que «esta *invasión* de ciudadanía» no debe hacer pensar a los periodistas (ni a los ciudadanos) que el uso del *crowdsourcing* les ahorra las fuentes identificables y fiables y el deber de identificarlas. Aun compartiendo sus conclusiones, es fácil colegir que esta aportación se sitúa en el terreno desiderativo y que no es lo mismo abogar por un periodismo ciudadano con marchamo de calidad que aplicar mecanismos para conseguirlo en un entorno desregulado al respecto como es Internet.

Abunda en cuestiones concomitantes el texto de Ruiz, Masip, Domingo, Diaz Noci y Micó, sobre la participación de las audiencias en el periodismo 2.0. Estos especialistas en cibermedios se centran especialmente en aquellos medios digitales que han dado participación a la ciudadanía a través de marcos normativos propios que van desde el registro a la exigencia de respecto de los derechos civiles. Sin duda, el periodismo que estimula la participación del lector puede redimirse del peso excesivo de las fuentes institucionales. Sin embargo, no todo son buenas noticias, como observan los autores, puesto que el periodismo digital pugna entre dos lógicas, la empresarial y la periodística, y es muy difícil que venza la segunda en un entorno plenamente mercantilizado. Desde mi punto de vista el diagnóstico debiera ser más drástico: ciertamente se está definiendo, y tiene recorrido, el periodismo que tiene en cuenta la participación del ciudadano (aunque no es una estricta novedad en la historia del periodismo), pero al mismo tiempo la ciudadanía, animada a confundir su papel deliberativo en democracia con la función social (y democrática) del periodista, puede engullir sin remedio al periodismo mismo. Y entonces no se discutirá de calidad.

La aportación de Israel y Pomares consiste en un estudio que operacionaliza unos índices de calidad para auscultar los informativos televisivos de tres cadenas generalistas españolas durante cuatro años. De nuevo los estándares de calidad sobre los que se opera este estudio son una construcción de los autores que, de entre toda la praxis investigadoras disponible al respecto, eligen una serie de variables que, a nuestro entender, resultan relevantes y hasta merecerían mayor nivel de concreción (se habla de indicadores relacionados con, pero sin especificar su entidad). La evaluación de los informativos se realiza con la estrategia del análisis de contenido —convendría indicar cómo se relaciona éste con los marcadores de calidad— y depara una buena taxonomía de las tematizaciones y del peso de las secciones que cada cadena realiza, así como sobre los criterios de noticiabilidad y cómo estos, en términos generales, se deslizan desde los meramente informativos hacia aquellos que pretenden conmover al espectador.

El texto de Humanes y Montero sigue en el territorio de la televisión, pero esta vez a través de la TDT y en concreto de su capacidad para el pluralismo. Sin duda la introducción

de la Televisión Digital Terrestre en España abrió la expectativa de una mayor oferta de cadenas y de programas, pero, a la postre, la TDT se ha convertido en otro escenario audiovisual de la concentración empresarial. Las autoras vinculan el pluralismo al concepto de calidad periodística, del mismo modo que en 2007 la Comisión Europea inició una serie de trabajos para estimular el pluralismo de los medios como objetivo para la calidad democrática. Y lo hacen a través de una propuesta metodológica que contempla las piezas informativas, los encuadres utilizados y la estructura del medio que difunde. Proponen esta metodología para dar entidad empírica a la falta del pluralismo en la TDT, aunque no acometen esta acción investigadora en el texto.

## 4

Este era un libro necesario. Y es un paso en un camino de largo recorrido. Era necesario para darnos cuenta de que la comunicología es una ciencia joven que, aunque ha crecido tal vez más que ninguna otra ciencia social en el último medio siglo, todavía padece ciertas debilidades en sus instrumentos de indagación. La búsqueda de fórmulas para la medición de la calidad periodística indica, y el libro lo pone de manifiesto, que existen un exceso inflacionista de criterios y una escasa propensión de quienes los facturan al consenso en el seno de la comunidad científica.

El consenso no es imprescindible; a veces no es ni siquiera deseable. De acuerdo. Pero estas expresiones rigen, fundamentalmente, para las aproximaciones epistemológicas y metodológicas a nuestra parcela de conocimiento. Tal vez se trata de afirmaciones que debieran matizarse mucho cuando se trata de instrumentos de medición. Ahí sí es posible. Deseable. Nos homologaría. Homologaría los trabajos que realizamos, por ejemplo, sobre calidad periodística. Y, en consecuencia, aumentaría la capacidad de impacto, de acción, de la ciencia comunicológica sobre la realidad comunicativa. Recuérdese a Mario Bunge cuando explicaba que el objetivo de la ciencia es el perfeccionamiento continuo de sus productos teóricos y de sus medios, métodos y técnicas, así como la sujeción de territorios cada vez mayores a su poder. El territorio de la comunicación entre ellos. Lo dicho, deseable.

**Francesc-Andreu Martínez Gallego (UVEG)**